

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Kerangka Teori dan Konsep.....	10
1.5.1. Teori Perencanaan Komunikasi	10
1.5.2. Analisis Segmenting, Targeting, Positioning (S-T-P) dalam radio	12
1.5.3. Bauran Komunikasi Pemasaran	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	24
2.1.1. Komunikasi Pemasaran.....	24
2.1.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	25
2.2. BauranKomunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication Mix</i>).....	30
2.2.1. Periklanan (Advertising)	32
2.2.2. Promosi Penjualan (Promotion)	34
2.2.3. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	37
2.2.4. Penjualan Personal (Personal Selling)	39
2.2.5. Penjualan Langsung (Direct Marketting).....	41
2.3. Analisis Komunikasi Pemasaran	43

2.3.1.	Analisis Peluang Pasar	43
2.3.2.	Analisis Kompetitif atau Pesaing	44
2.3.3.	Analisis Perilaku Konsumen	45
2.4.	Radio	47
2.4.1.	Pengertian Radio	47
2.4.2.	Karakteristik Radio	48
2.4.3.	Radio Streaming	50
2.5.	Penelitian terdahulu	51
2.5.1.	Jurnal Komunikasi dengan judul “ Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Delta FM Medan dalam Bertahan di Era Media <i>Online</i> ”	51
2.5.2.	Skripsi yang berjudul “Strategi Live Streaming pada Program Makarena di Radio Delta FM dalam Berinteraksi dengan Pendengar”	52
2.5.3.	Penelitian berjudul “Model Menejemen Bisnis dan Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio di Era Digital dan Revolusi Industri 4.0”	53
BAB III METODE PENELITIAN		54
3.1.	Jenis Penelitian	54
3.2.	Sumber Data	54
3.2.1.	Data Primer	55
3.2.2.	Data Sekunder	55
3.3.	Objek Penelitian	55
3.4.	Lokasi Penelitian	56
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	56
3.5.1.	Observasi	56
3.5.2.	Wawancara	56
3.5.3.	Dokumentasi	58
3.6.	Teknik Analisi Data	58
3.7.	Uji Keabsahan Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1.	Sejarah Singkat dan Perkembangan Radio Delta FM	63
4.1.2.	Visi, Misi, dan Tujuan Radio Delta FM Yogyakarta	66

4.1.3.	Logo dan Identitas Radio Delta FM.....	67
4.1.4.	Struktur Perusahaan Radio Delta FM	69
4.2.	Hasil Penelitian.....	70
4.2.1.	Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	72
4.2.1.1.	Identifikasi Segmenting, Targeting dan Positioning.....	72
4.2.1.1.1.	Segmenting	72
4.2.1.1.2.	Targeting	74
4.2.1.1.3.	Positioning	78
4.2.1.2.	Analisis Komunikasi Pemasaran	79
4.2.1.2.1.	Analisis Peluang Pasar.....	79
4.2.1.2.2.	Analisis Pesaing/Kompetitor	82
4.2.1.2.3.	Analisis Perilaku Konsumen.....	85
4.2.1.3.	Penyusunan Program Strategi Komunikasi Pemasaran	87
4.2.1.3.1.	Program On-Air Delta FM.....	87
4.2.1.3.2.	Program Off-Air Delta FM.....	94
4.2.1.3.3.	Pemasangan Iklan di Delta FM.....	102
4.2.2.	Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	105
4.2.2.1.	Bauran Komunikasi Pemasaran	105
4.2.3.	Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	113
4.2.3.1.	Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	113
4.2.3.2.	Langkah-langkah dalam Mengatasi Masalah	120
4.2.4	Strategi Komunikasi Pemasaran Delta FM di era digital	122
4.2.4.1	Media Radio Streaming Delta FM	122
4.2.4.2	Strategi Delta FM pada era digital	125
4.3.	Pembahasan	128
BAB V PENUTUP		134
5.1.	Kesimpulan.....	134
5.2.	Saran	136
DAFTAR PUSTAKA		138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Growth Radio in Indonesia	2
Gambar 1.2 Data Peringkat Radio di Yogyakarta.....	6
Gambar 2.1 Garis Besar Analisis Perilaku Konsumen	47
Gambar 4.1 Logo Lama Delta FM.....	67
Gambar 4.2 Logo Delta FM.....	68
Gambar 4.3 Struktur Perusahaan Delta FM (Sumber: Dokumen Delta FM).....	69
Gambar 4.4 Struktur Perusahaan Delta FM dan Prambors Yogyakarta	69
Gambar 4.5 Siapa pendengar Delta FM.....	74
Gambar 4.6 Data Listenership Delta FM Yogyakarta	86
Gambar 4.7 Rundown Weekdays dan Weekend Delta FM Seluruh Jaringan	88
Gambar 4.8 Program Delta FM.....	89
Gambar 4.9 Rundown Konten Lokal Delta FM Jogja	93
Gambar 4.11 Kegiatan Mendadak Enak di Yogyakarta.....	95
Gambar 4.12 Delta Comunitalk Jogja “Women On Top”	96
Gambar.4.13 Delta Comunitalk Jogja “Riding&Sharing”	97
Gambar 4.14 Delta Comunitalk ODAPUS	98
Gambar 4.15 Contoh Format Delta Day Out	99
Gambar 4.16 Pemenang Delta Day Out ke Jogja.....	99
Gambar 4.17 Cara Mendaftar Delta Play Ground.....	100
Gambar 4.18 Delta Force Squad x Go Life.....	101
Gambar 4.19 Delta Makarena Ditraktir	101
Gambar 4.20 Makarena Ditraktir Delta FM Yogyakarta	102
Gambar 4.21 Rate Card Delta FM	104
Gambar 4.22 Iklan di Koran Tribun Jogja dan Harian Bernas	106
Gambar 4.23 Contoh banner promosi Delta FM.....	106
Gambar 4.24 Delta 10 Juta 1 Menit	107

Gambar 4.25 Contoh berita tentang Delta FM Jogja di media pers.....	109
Gambar 4.26 Acara kerjasama media partner	110
Gambar 4.27 Twitter dan Facebook Delta FM Yogyakarta.....	113
Gambar 4.28 Website Streaming Delta FM.....	113
Gambar 4.29 Aplikasi Delta Channel	114
Gambar 4.30 Digital Platform Delta FM	116
Gambar 4.31 Konten Delta Podcast	117

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Kepemilikan MRN terhadap Unit Delta FM.....	64
Tabel 4.2 Data rating berdasarkan survey AC Nielsen.....	83
Tabel 4.3 Top 5 Reason to Lisens Delta FM Yogyakarta, AC Nielsen	86